

Durchschnitt oder BUNTES EI

von: [ServiceTrainment](#), Ralf R. Strupat
Art der Meldung:

Akkurat in Reih und Glied liegen 30 Eier auf einer Steige. Sie gleichen sich sprichwörtlich wie ein Ei dem anderen. Alle eiförmig, alle weiß. Bis auf eines. Bunt wie ein Regenbogen leuchtet es aus der Menge heraus. Nach welchem Ei wird zuerst geschaut? Welches wird heraus genommen? An welches erinnert man sich später? Natürlich an das bunte! Auch Ihr Unternehmen kann ein solches buntes Ei werden. Indem Sie Kunden überraschen, verblüffen und begeistern, indem Sie sich anders als alle anderen präsentieren, indem Sie die Momente der Wahrheit erkennen und für Ihre Kunden unvergleichliche Momente der Begeisterung schaffen.

Die derzeitige wirtschaftliche Lage führt in vielen Unternehmen zu enormen Umsatzeinbußen. Stammkunden sitzt das Geld nicht mehr so locker in der Tasche und es wird immer schwieriger, neue Kunden zu begeistern.

Den Faszinationsgrad erhöhen

Wir leiden unter dem Gleichheitssyndrom: Alles ist ähnlich und damit auch austauschbar. Wer als Unternehmen nicht wie jedes andere sein will, der muss mehr bieten..., anders sein...!

Ein buntes Ei blitzt aus den Reihen

Aber wie wird man ein buntes Ei in der Wahrnehmung des Kunden? Wir müssen Kunden überraschen, verblüffen und begeistern. Warum reichen eigentlich zufriedene Kunden nicht aus? Weil Kundenzufriedenheit bedeutet, der Kunde bekommt das was er erwartet - nicht weniger aber auch nicht mehr! Zufrieden kann er bestimmt auch woanders sein.

Der Grad der Treue hängt davon ab, wie glücklich man mit dem Anbieter ist, ob man einem weiteren Nebenbuhler Aufmerksamkeit schenkt und wenn ja, wie groß der Unterschied zwischen beiden ist. Begeisterte Kunden sind die, die aus tiefer Überzeugung bei Ihnen kaufen.

Menschliche Kontakte, die begeistern

Ob Unternehmer und Mitarbeiter ihre Kunden kennen und ob sie das vorhandene Wissen über ihre Kunden nutzen, entscheidet letztendlich, ob die Kunden nur zufrieden oder begeistert sind. Entscheidend für den Zufriedenheitsstatus eines Kunden sind die so genannten "Momente der Wahrheit". Momente der Wahrheit sind die Kontakte zwischen Kunden und Menschen in einem Unternehmen. Die wichtigsten Momente der Wahrheit sind:

1. Der erste Eindruck

Der erste Eindruck zählt nicht nur bei zwischenmenschlichen Beziehungen. Auch bei jedem Kontakt mit einem Unternehmen gewinnen Kunden Eindrücke.

2. Die Begrüßung

Sie ist der erste persönliche Kontakt und ihre wichtigste Aufgabe ist es, in Sekundenschnelle Kontakt mit völlig fremden Menschen herzustellen. Nutzen Sie diese beste Möglichkeit, Kunden zu begeistern.

3. Die Beratung

Experten zeichnen sich durch eine gute Beratung aus. Leider mit abnehmender Tendenz. Dagegen werden die "Bestell-Annehmer" täglich mehr. Voraussetzung für eine gute Beratung sind Fachkenntnisse.

4. Der Verkauf

Exzellentes Verkaufen beginnt mit dem Erkennen von Kundenwünschen. Sie müssen sich klar darüber sein, was die Kunden wollen.

5. Die Verabschiedung

Nach dem eigentlichen Kauf können Sie einen guten letzten Eindruck machen und Ihren Kunden noch ein "Sahnehäubchen" bieten, wenn Sie sich z.B. als Ansprechpartner für weitere Anliegen empfehlen.

6. Und dann?

Lassen Sie Ihren Kunden nicht verwelken! Zeigen Sie Ihrem Kunden mit einem Anruf und einer gezielten Nachfrage, dass Sie sich aktiv und persönlich für ihn interessieren?

Mensch-Erlebnis geht vor Material-Erlebnis

Unternehmen scheitern meist nicht an den großen, sondern an den kleinen Dingen. Wir müssen wieder Weltmeister in Kleinigkeiten werden - in den vielen kleinen Ahhs und Ohhs. Gelingen kann dies nur mit den richtigen Menschen, dem richtigen Mitarbeiter an der richtigen Stelle, und zwar an jeder Stelle im Unternehmen.

Einzelne Rädchen im Unternehmen müssen ineinander greifen

In jedem Unternehmen gibt es viele verschiedene Bereiche - Einkauf, Verkauf, Buchhaltung, Produktion usw. Isoliert voneinander kann keine ganzheitliche Kunden-Begeisterung intern gelebt und nach außen getragen werden. Unternehmen brauchen Leitlinien, die täglich umgesetzt werden.

In einer Mühle greifen alle Räder - vom Wasserrad bis zum Mahlstein ineinander. Nur so wird das Korn zum Mehl. Nicht anders funktioniert das Räderwerk eines Unternehmens. Durch das Zusammenspiel aller Kräfte entsteht ein Sog - ein "Kunden-Sog", der bestehende und neue Kunden anzieht.

Die Beziehung Mitarbeiter - Kunde eröffnet viele Möglichkeiten zur aktiven Gestaltung einer dauerhaften Kundenbindung und Neukundengewinnung. Prüfen Sie Ihre Dienstleistungsqualität jeden Tag, die persönliche Dienstleistungskultur sichert Ihren Erfolg.

*Ralf R. Strupat "Mr. Kundenbegeisterung" begleitet mit seiner Full-Service-Agentur für Kundenbegeisterung Unternehmen aller Colour auf dem Weg, schnell und dauerhaft eine neue Service-Kultur zu etablieren. Dabei sieht er die Chef-Mitarbeiter-Kunden-Begeisterung als ganzheitlichen Ansatz - mit dem Ziel, dass Unternehmen sich von der Masse abheben, als buntes Ei zum Kundenmagne

Letztes Update: 19.04.2006

Zuordnung

[Führung](#) > [Motivation](#)

Ähnliche Fachbeiträge

In: [Motivation](#)

Hinweis

Die Informationen in diesem Bereich wurden nicht redaktionell von business-wissen.de geprüft oder bearbeitet. Sie liegen vollständig in der Verantwortung der Personen oder Organisationen, die sie hier eingestellt haben. Bei bekannt werden von Rechtsverletzungen werden wir die entsprechenden Inhalte umgehend entfernen.

[weetersagen](#) [Druckansicht](#) [Übersicht](#)

[Startseite](#) | [Newsletter](#) | [Philosophie](#) | [Nutzungsbedingungen](#) | [Kontakt](#)
[Impressum](#) | [Media-Daten](#) | [Presse](#) | [Jobs](#)
[RSS-Newsfeed](#)